

Die Rolle der PsychologInnen in den Medien

Jaeggi, Eva; Möller, Heidi

Veröffentlichungsversion / Published Version

Zeitschriftenartikel / journal article

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Jaeggi, E., & Möller, H. (1997). Die Rolle der PsychologInnen in den Medien. *Journal für Psychologie*, 5(1), 59-64.
<https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0168-ssoar-29212>

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer Deposit-Lizenz (Keine Weiterverbreitung - keine Bearbeitung) zur Verfügung gestellt. Gewährt wird ein nicht exklusives, nicht übertragbares, persönliches und beschränktes Recht auf Nutzung dieses Dokuments. Dieses Dokument ist ausschließlich für den persönlichen, nicht-kommerziellen Gebrauch bestimmt. Auf sämtlichen Kopien dieses Dokuments müssen alle Urheberrechtshinweise und sonstigen Hinweise auf gesetzlichen Schutz beibehalten werden. Sie dürfen dieses Dokument nicht in irgendeiner Weise abändern, noch dürfen Sie dieses Dokument für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, aufführen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Mit der Verwendung dieses Dokuments erkennen Sie die Nutzungsbedingungen an.

Terms of use:

This document is made available under Deposit Licence (No Redistribution - no modifications). We grant a non-exclusive, non-transferable, individual and limited right to using this document. This document is solely intended for your personal, non-commercial use. All of the copies of this documents must retain all copyright information and other information regarding legal protection. You are not allowed to alter this document in any way, to copy it for public or commercial purposes, to exhibit the document in public, to perform, distribute or otherwise use the document in public.

By using this particular document, you accept the above-stated conditions of use.

Die Rolle der PsychologInnen in den Medien

Eva Jaeggi und Heidi Möller

Nahezu ständig klingelt das Telefon. Da wollen die Bild-Zeitung, der Stern oder irgend-ein Fernsehsender von uns wissen:

Was das für Menschen sind, die gerne die Pickel ihres Partners ausdrücken;
wie hoch die Anzahl von Frauen ist, die Kinder pornos schauen;
warum Männer ihre Frauen dazu bringen, beim Geschlechtsverkehr Gummianzüge zu tragen;
wie sich die Fußballweltmeisterschaft auf bundesdeutsche Ehen auswirkt;
warum so viele Menschen Freitag den Dreizehnten fürchten;
was zu halten ist von Menschen, die schon vor dem Arbeitsantritt Gruppensex machen;
wie man sich den Erfolg von »Seitensprung«- Agenturen erklären kann;

und ähnliches mehr.

Von »Cosmopolitan« über »Brigitte« bis »Fokus« wimmelt es von Psychothemen. Die Menschen scheinen Lebens- und Erziehungshilfe und Erklärungen auch ihrer banalsten Verhaltensweisen bedürftig zu sein.

AUS WELCHEN QUELLEN STAMMEN ALLE DIESE ANFRAGEN?

Natürlich sind Sensationsgier und das Schnüffeln in fremden Seelen (meist in fremden Betten) mit im Spiel. Medien-gesteuerter Tratsch vermillionenfacht Privates, das eigentlich nur die Betroffenen angeht. Warum Gerhard Schröder und Hilltrud sich getrennt haben und welche Besonderheiten wohl die »Neue« aufweist: das geht natürlich niemanden etwas an, ist aber offenbar sehr interessant und muß von psychologischen Experten kommentiert werden. Reines Entertainment spielt dabei eine große Rolle. Quiz-Sendungen, die gierig ge-

sehenen Shows der Sechziger- und Siebzigerjahre, sind vielen schon langweilig geworden. Viel interessanter sind »Live«- Enthüllungen von aufregenden Schicksalen, die von Psychologen begleitet werden. Schließlich gibt es noch ein großes Bedürfnis nach Ratgebern, das sich auch in der Literatur niederschlägt. Psychologen sollen dann für alle Lebenslagen womöglich »Rezepte« geben können.

Die Psychologie ist zudem gefragt im Dienste von Katastrophenphantasien: Da will zum Beispiel der Rundfunk wissen, worauf die Zunahme der Mädchenmorde in Europa zurückzuführen ist. Auf Rückfrage, woher sie, die Journalistin, denn das wisse, beginnt sie zu stottern. Aber das sei doch so, das wisse man eben. Die phantasierte Steigerung der Kriminalitätsrate soll fachlich bestätigt werden. Wagen wir differenzierte Stellungnahmen, hören die Journalisten nicht mehr zu. Schlimmstenfalls multiplizieren sie die von uns genannten Zahlen, so daß Kollegen, z.B. des BKA (Bundeskriminalamt), nicht mehr für Interviews zur Verfügung stehen, da sie noch nie erlebt haben, daß ihre Zahlen exakt wiedergegeben werden. Eine wichtige Funktion von Psychologen in den Medien scheint zu sein, dem Motto »Apokalypse now« Futter zu liefern.

Woher kommt die Notwendigkeit, Psychologen zu allem Möglichen und Unmöglichem zu Rate zu ziehen? Psychologen scheinen eine Autorität zu verkörpern, die zunächst einmal legitimierend wirkt. Unter dem Deckmantel »Psychologe« läßt sich schier alles behaupten. Selbst die Vererbungstheorie kommt zu neue Ehren.

Die komplizierten sozialen und psychischen Verhältnisse einer Gesellschaft, die nur mehr wenig von Traditionen gesteuert wird

und der postmodernen Beliebigkeit verfallen ist, bereiten viel psychische Mühe. Oft müssen Menschen sehr viel Energie einsetzen, um sich ihre Verhaltensweisen klarzumachen und Handlungsweisen zu rechtefertigen. Die Berufung auf Althergebrachtes hilft selten. Also muß man sehen, was »die anderen« machen, und dies betrifft natürlich gerade die meist geheimgehaltenen Strebungen, Motive und Verhaltensweisen. Eigene Unsicherheit wird gemindert, wenn man sich in dem erhebenden Gefühl sonnen kann: »So bin ich nun gerade nicht!« – womit das Perverse ausgeschlossen wird aus dem eigenen Alltag, in Form der Sensationsgier aber natürlich erlaubten Zutritt hat und dafür gesorgt ist, daß auch eigene perverse Anteile befriedigt werden. Interesse und Empörung der Öffentlichkeit in bezug auf Kinderpornographie und Inzest läßt in dieser Hinsicht einiges ahnen über die »dunklen Kontinente« auch von Lieschen Müller und Hänschen Meier.

Was die Gier nach Katastrophenmeldungen anbelangt, so ist hier ein recht kompliziertes Geflecht von Motiven am Werk. Sicher ist auch hier das erhebende »Ich bin's nicht« (der Raubmorde begeht und Atomwaffen produziert) wichtig. Aber auch die Lust am Untergang, am totalen Chaos ist vermutlich oft am Werk. Die schwierige Chiffre, die Freud dazu benutzt (»Todestrieb«) drängt sich auf. Ist es über einen gewissen Zeitraum hinweg in Deutschland heiß – so schmelzen die Pole; erleben wir nicht die gewohnten Sommertemperaturen – so droht, laut den Medien, die neue Eiszeit.

WAS SPRICHT GEGEN EINE BETEILIGUNG DER PSYCHOLOGINNEN IN DEN MEDIEN?

Es gibt viele Argumente gegen eine Beteiligung von Psychologen an diesen Medienspielen, aber auch einige, die durchaus dafür sprechen.

Aber was in welchen Zusammenhängen spricht dagegen? Die wenigsten Journalisten wollen es »genau« wissen; sobald

eine bestimmte Tiefungsebene angestrebt wird, lenkt der Moderator ab. Niemand von uns will zwar für den Boulevardjournalismus mißbraucht werden. Trotzdem verhelfen wir den niveaulosen Talk-Shows zu einem Anstrich von Seriosität und Legitimität.

Das Auftauchen in Talk-Shows mit abgenuddelten, individualisierenden Themen, die wenig emanzipatorische Relevanz haben und schon gar nicht gesellschaftskritisch angelegt sind, Themen, die zumeist voneinander abgeschrieben werden, nach dem Motto: »Das hat Ilona Christen gerade gemacht, da müssen wir zwei Monate warten«, verhelfen unserem Berufsstand nicht gerade zu Ehren. Vielleicht verhilft es einigen Kollegen allerdings zu einem besseren Verkauf ihres Buches oder zu einer volleren Praxis. Dies aber sollte natürlich nicht bestimmend sein.

Aber auch die Antworten auf die berechtigten Fragen nach »Rat« sind prekär. Die Botschaft, die wir fast genötigt werden zu verkünden: Alles im menschlichen Erleben ist erklärbar, es gibt keine offenen Fragen, und alles ist auch aufhebbar und prinzipiell lösbar und zwar recht schnell. Da verkommt Psychologie via Television zur Medikamentenvergabe. Da sollen wir teilnehmen an der Vernichtungskampagne allen leidvollen und schmerzhaften Phänomenen gegenüber, die menschliches Leben kennzeichnen. Ungewißheiten, Irritationen und gar Fragen sind nicht erwünscht, sondern: Der Psychologe soll als Phantasma der Postmoderne, als Gewährsmann gegen die narzißtischen Kränkungen der modernen Zeit wirken. An dieser Stelle »greift« dann die narzißtische Verführung von uns in Medien auftauchenden PsychologInnen. Neben der Verlockung des Geldes und der Gratifikation exhibitionistischer Neigungen von PsychologInnen, die immer wieder einmal den Gang vor die Kamera tun, stehen wir in der Gefahr, die Illusion der psychologischen Gewißheiten zu bedienen. Wir

geraten in die Position der moralischen Instanz, des »postmodernen Über-Ichs«, das über richtig und falsch entscheiden soll und es indirekt auch tut. Immer wieder wird gefragt:

Was soll man tun, wenn der Partner mich verläßt?

Wie oft ist es für ein Paar richtig, miteinander zu schlafen?

Wie häufig soll man als verheiratete Frau die beste Freundin sehen?

Wie erhält man eine Ehe sexuell interessant?

Sich dem hysterischen Fragemodus der Lösung sofort zu unterwerfen, stellt dabei eine von den Medien verordnete Notwendigkeit dar. Wenn wir immer nur Fragen aufwerfen und die Problematisierung vorantreiben, werden wir nicht mehr eingeladen. So gerieren wir uns als Alles- und Besserwisser.

ZUR ILLUSTRATION DES NEGATIVSTEN UND BEKANNTE BEISPIEL

Eine Kollegin berichtet hocherfreut, daß sie jetzt auch beim Fernsehen arbeitet. Sie wurde angefragt, bei einer daily Talk-Show zum Thema »KuckucksKinder« mitzuwirken. Es sollte um Kinder gehen, die mit der falschen Gewißheit über die Identität ihres Vaters leben. Live auf dem Sender, vor laufender Kamera sollte nun einem 15jährigen Jungen mitgeteilt werden, daß er nicht der Sohn seines Vaters ist. Der Sender möchte, daß die Kollegin sich nach der Sendung um den Jungen kümmert, und verspricht, für die eventuell entstehenden Therapiekosten geradezustehen. Ihr Ehemann wird gleich mit engagiert, um die psychische Betreuung der sich outenden Mutter zu übernehmen.

Solch eine Sendung läßt sich als Mediensadismus beschreiben, denn wissentlich wird psychisches Leid von Menschen in Kauf genommen, um der Sendequoten willen. Der Sender weiß um die zerstörerische Kraft dieses Settings, sonst würde er nicht groß-

zügig die Therapiekostenübernahme in Aussicht stellen. Die Kollegin schwärmt jedoch recht ungebrochen von der Wichtigkeit, dem Jungen endlich reinen Wein über seine wahre Existenz einzuschenken, ein Kind habe schließlich ein Recht darauf zu erfahren, wer sein leiblicher Vater sei. Dies Ereignis kommt dem amerikanischen Fernsehalltag recht nahe. Die exhibitionistischen Wünsche der Talkgäste werden genutzt, um »Erlebnisfernsehen« zu produzieren, dessen Folgen für die Teilnehmer der Sendungen nicht überschaubar sind.

Die Talkgäste stellen oft eine Art Übertragungsbeziehung zur Institution Fernsehen her, nach dem Motto: »Der große Vater wird es richten«. Der Auftritt in einer Talkshow wird z.B. als Waffe im Scheidungskrieg benutzt. Der Partner soll in aller Öffentlichkeit diffamiert und dadurch sozial isoliert werden. Pfarrer Fliege steht als mächtiger Bündnispartner zur Seite. Die Inszenierung seitens der großen Fernsehsender geht auf. Schutz, Parteilichkeit mit den »Kleinen« gegen die »Großen« wird durch künstliche Empörung hergestellt und Verständnis durch die Medien suggeriert. Zum Teil wird sogar finanzielle Hilfe angeboten (z.B. Fliegefond) und das Desaster riskanter Lebensführung gemildert. Der Fernsehsender wird zum großen Bruder, zum persönlichen Vertrauten, der kommentiert, bewertet und jederzeit Rat weiß.

Im Rampenlicht der Öffentlichkeit zu stehen, für eine Zeitspanne wichtig zu sein und versorgt zu werden, kann den Talkgästen eine Zeit lang Entlastung gewähren. In der Regel sind sie durch das Setting TV nahezu euphorisiert. Der Preis dafür erscheint jedoch hoch: Weg mit Schamgefühlen und Schmerzgrenzen! Die Talkgäste spüren oft nicht, daß sie nichts weiter sind als verdinglichte Quotenbringer. Sie erhalten keinerlei Kontrolle über das Geschehen und werden mit Scheinsolidarität des großen Senders mit den vom Schicksal Gebeutelten abgespeist. Später

dann werden die Talkgäste auf der Straße angesprochen, müssen damit z.B. in ihrer Hausgemeinschaft leben, daß sie sich mit ihrer Perversion geoutet haben. Nachträglich stellt sich ein massives Schamgefühl ein, das zuvor, durch das Glücksgefühl, im Fernsehen auftreten zu können, betäubt war. Werden der Ex-Ehemann oder die Eltern vor Millionen beschimpft, so tauchen zeitverzögert Loyalitätskonflikte auf, ähnlich, wie wir sie von gewaltsamen Gestaltsessions vor 20 Jahren erlebt haben. Die befreiende Wirkung des sich »Outens« wird lediglich vorgegaukelt: »Wie gut, daß wir dar-über gesprochen haben« heißt es meist zum Schluß der Fliegeshow. Er bezeichnet seine Sendung als die größte Selbsthilfegruppe der Nation. Dabei dient die recht suggestive Interviewtechnik der Talkmaster à la Christen, Meiser und Schreinermakers zumeist der Selbstinszenierung der Talkmaster. Sie entwerfen sich als Menschenfreunde, die alles verstehen und denen nichts Menschliches fremd ist. Dabei darf eine emotionale Tiefe nur angedeutet werden. Keinesfalls darf tiefes menschliches Leid zu sehr Raum greifen, dann wird sofort das Thema gewechselt, um die Angst von Talkmaster und Zuschauer vor ungezügelter Emotionalität zu bändigen.

WAS SPRICHT FÜR EINE BETEILIGUNG DER PSYCHOLOGEN IN DEN MEDIEN?

Auf der anderen Seite ist die Kritik von Heiko Ernst, dem Chefredakteur von »Psychologie Heute« im 2. Heft des Journals für Psychologie 1996, ernstzunehmen. Er benennt darin seine Enttäuschung über die Neue Gesellschaft für Psychologie, weil auch wir uns zu wenig mit Fragen, die die Menschen wirklich bewegen, beschäftigen. Auch wir bleiben oft Antworten schuldig. Praktiker fühlen sich von uns ebenso im Stich gelassen, wie die interessierte Öffentlichkeit. Er mahnt zu Recht, wir sollten uns um gesellschaftliche Probleme kümmern, weil sie immer auch individuell repräsentiert sind. Wir hätten zu wenig getan, die Kluft

zwischen Wissenschaft und öffentlichem Interesse zu überbrücken. Wir zeigten zu brisanten gesellschaftlichen Themen wie Arbeitslosigkeit, Esoterikboom und Computerkindern zu wenig Flagge. Informationen zu geben, den Erklärungsbedarf der Gesellschaft ernst zu nehmen und Position zu beziehen: das sei unsere originäre (im übrigen auch in der Satzung festgehaltene) Aufgabe.

Die Vielzahl der Anfragen ist andererseits auch Ausdruck eines Machtzuwachses der Profession Psychologie. Es scheint einen Wechsel der wissenschaftlichen Vorherrschaft von der Soziologie, die in den 60er, 70er Jahren die Referenztheorie der Wahl war, zur Psychologie zu geben. Tatsache ist, daß wir mit unseren Publikationen zwar lediglich eine kleine Fachöffentlichkeit erreichen, im Fernsehen hingegen von Millionen gesehen werden; auch dies stellt eine Chance dar, den Transfer psychologischen Wissens zu vollziehen.

So ist der Auftritt in den Medien sicherlich von berufspolitischer Relevanz. Der finanziellen Einschränkungen im Bereich der Gesundheitsförderung, der Abschaffung der Finanzierung der Psychotherapie im Erstattungsverfahren u.v.m., steht auf der anderen Seite ein Boom der Psychologie in den Medien gegenüber, der dafür gesorgt hat, daß Psychotherapie inzwischen eine sehr viel höhere Akzeptanz erlangt hat als früher. Der Gang zum Psychotherapeuten als Methode der Wahl bei persönlichen Problemen ist nahezu Alltagskonsens geworden.

Psychologen sollen Antworten geben, der Wunsch der Öffentlichkeit nach fachlichen Hinweisen ist durchaus legitim. Auch als Wissenschaftler sollten wir darauf achten, Fragen zu beantworten, die die Menschen bewegen. Es genügt nicht, wenn wir uns nur mit Themen beschäftigen, die wir selbst als interessant und relevant erachten. Der Psychologendiskurs hat längst Einzug in die privaten Auseinandersetzungen

gen gefunden. Da wird heftig (hobby-)analysiert und interpretiert (der hat 'nen Minderwertigkeitskomplex, weil der so klein ist, der hat einen Mutterkomplex etc.), Begriffe werden (oft inadäquat) verwandt, wie zum Beispiel der Ödipuskomplex oder die Verdrängung. Psychologen sollten mithelfen, dem Laien solche Konzepte begreiflich zu machen, damit sie wirklich hilfreich sein können.

Was tun?

Es gibt Fragen, die auf den ersten Blick sinnvoll scheinen, zum Beispiel die Frage, (anlässlich von Ausschreitungen bei Fußballspielen) wie Massenhysterien zustandekommen. Vernünftig scheint uns auch die Frage, was Phobien sind, wie man Depressionen erklären kann oder ob Verhaltenstherapie wirklich besser ist als Psychoanalyse. Andere Fragen - zum Beispiel die nach Freitag dem Dreizehnten - scheinen zwar banal, können aber durchaus mit psychologischem Fachwissen beantwortet werden. Allerdings sind hier sicher die Frage transzendierende Überlegungen angebracht, z.B. ganz allgemein etwas auszusagen über die Funktion von Aberglauben, die auch dem Laien einiges klarmachen können.

Als eine allererste Faustregel gilt: möglichst keine Kurzinterviews zu geben. Antworten auch auf sinnvolle Fragen fallen dabei notwendigerweise verkürzt und daher unverständlich, falsch und mißverständlich aus. Wir haben unsere Wissenschaft in langjährig mühevoller Theorieausbildung und Praxis gelernt, die meisten wirklich wichtigen Fragen sind nicht in ein paar Minuten zu beantworten. Es stellt eine Beleidigung für unseren Berufsstand dar, wenn uns ein solches Ansinnen gestellt wird. Da die Worte, die wir benutzen, häufig Alltagsworte sind, herrscht bei vielen Laien die Vorstellung vor, man könne alles ganz leicht erklären, verstehen und daher auch recht rasch beheben. Wenn wir aber das Wort »Depression« oder »Angst« verwenden, dann hat dies für

uns Psychologen einen Bedeutungshorizont, der von dem vieler Laien recht verschieden ist, und wir müssen erst erklären, wie unser Bedeutungshorizont aussieht. Das aber erfordert Zeit und Geduld beim Zuhören. Stimmt man den »Schnell-Antworten« zu, dann können auch sinnvolle Fragen recht merkwürdige und mißverständliche Antworten hervorrufen.

Die Unterscheidung zwischen sinnvollen, beantwortbaren und unbeantwortbaren Fragen ist nicht ganz leicht. Einige Kriterien lassen sich aber auch hier aufstellen: Ganz sicher sind wir nicht befugt, für Menschen, die in der Öffentlichkeit stehen, irgendwelche Deutungen abzugeben. (»Warum hat Diana Bulimie? Was hat die Therapeutin des Heidemörders bewogen, ihn zu befreien? Sollte Frau Juhnke sich scheiden lassen?«) Die Interpretation der Lebens- oder Leidenssituation eines konkreten Menschen ist nur aufgrund erfahrungsgeleiteter Befragungen und Beobachtungen des Betroffenen möglich und sollte nur dann erfolgen, wenn dessen Auftrag vorliegt. Alles andere ist unprofessionell und unmoralisch, weil die Intimsphäre des Betroffenen verletzt wird.

Auch Fragen, die angebliche »Trendmeldungen« betreffen, müssen mit Vorsicht behandelt werden. Rückfragen, woher der angebliche Trend stammt (aus der Kantine des Senders, ausgekugelt unter Journalisten?) sind unbedingt nötig. Statistiken sollten sichergestellt werden, die Problematik statistischer Aussagen muß klargemacht sein, und zwar in bezug auf das Thema. Beispiel: Singles sind kränker als Verheiratete, wie kommt das? Hier müßte die Expertin wissen und erklären, daß solche Aussagen nichts bedeuten, weil diese Aussagen erstens schichtspezifisch unterschiedlich variiert werden müssen, zweitens nach Geschlecht differieren und sich drittens die Frage nach Henne und Ei stellt, u.ä.m. Die meisten Journalisten möchten ihren un-

geduldigen Hörern solche Überlegungen nicht zumuten und schneiden dies u.U. aus dem Gespräch heraus. Wenn sie aber wollen, daß wirkliche Fachleute ihnen Überlegungen zu diesem Themenkomplex anbieten, dann müssen sie schon Geduld aufbringen. Kein Journalist würde es wagen, einem theoretischen Physiker zuzumuten, auf die Frage: »Was ist ein Quarks?« in drei Minuten zu antworten. Als Psychologin sollte man sich einer Anfrage der Medien nur dann stellen, wenn man sicher ist, daß die eigene Antwort nicht nur Stammtischpsychologie ist, sondern daß man über wirkliche Kenntnisse verfügt, die über laienhafte Alltagspsychologie hinausgeht. Intelligente Laien sagen sonst mit Recht: »Und dazu muß man jahrelang studieren?«

Alle Fragen, die echte Leidenszustände betreffen, nachgewiesene Trends, die merkwürdig sind, destruktive Phänomene, die das Leben unter Menschen erschweren, können natürlich von PsychologInnen (mit) erklärt werden. Aber sie sollten sich dann auf keinen Fall ohne weiteres einlassen auf die berühmte Frage »Und was kann man dagegen tun?«.

Wenn PsychologInnen die Wissenschaft vom Menschen ernst nehmen, dann wissen sie auch, wie schwer es ist, für echte Lebensprobleme Lösungen zu finden, daß Lösungen kaum je generellen Charakter haben, daß eine behutsame Exploration des einzelnen und seiner Mitwelt nötig ist, um eine komplizierte Lebenssituation mit Ratschlägen zu begleiten. So zu tun, als gäbe es den Top-Ratschlag, (wie man mit der

Untreue des Ehemannes umgeht, was man tut, wenn der Partner vor dem Geschlechtsverkehr Windeln benutzen will) bedeutet eine Diffamierung unseres Berufes und dessen, was wir in mühevoller Arbeit gelernt haben.

Was aber, so wird man fragen, ist Eure Wissenschaft wert, wenn Ihr keine Ratschläge geben könnt? Sie wird nicht mehr wert, wenn wir so tun, als wüßten wir für alles einen probaten Rat. Der Verbraucher weiß ziemlich bald, daß er mit billigem Trost und unhandlichen Worten abgespeist wird. Wir werden sehr viel mehr wert sein, wenn wir uns und unseren Fragestellern klarmachen, daß vor dem Handeln die Reflexion kommt; daß die Aufklärung eines komplexen psychischen Tatbestandes wichtiger ist als das Aufzeigen sofortiger Handlungsmöglichkeiten, die sowieso fast immer der einzelne für sich finden muß. Eine sorgfältige Aufklärung über bestimmte Phänomene ist ein wichtiger Schritt davor. Mehr können wir nicht leisten. So zu tun »als ob«: das ist Betrug und Bauernfängerei und übrigens sehr schnell zu durchschauen. Dies nützt niemandem, außer den Journalisten, die gerne ein Happy-End in ihre Sendungen oder Artikel einbauen. Dieses aber sollten wir ihnen nicht gönnen.

Literatur

GOLDNER, COLIN (1996): Meiser, Fliege & Co: Ersatztherapeuten ohne Ethik, *Psychologie Heute*, 6, S. 20-27

SEEL, HANS-JÜRGEN & SICHLER, RALPH (1996): Person und Wissenschaft im Gespräch mit Heiko Ernst, Chefredakteur der Zeitschrift »Psychologie heute«, *Journal für Psychologie*, 2, S. 61-73.